



L'exemple d'Altis semiconductor

Jean Leandri, directeur de la stratégie et des programmes externes

I. Présentation d'Altis semiconductor

Issue de la société IBM, la société Altis mène des activités de recherche et développement et produit des semiconducteurs (circuits avancés). Elle se bat aujourd'hui pour conserver sa production en France.

Le site de production d'Altis se situe dans l'Essonne, à proximité immédiate de l'autoroute A6. Il s'étend sur 55 ha. Une équipe multiculturelle de plus de 2 200 personnes, de 20 nationalités différentes, y réalise un chiffre d'affaires de 525 M€ par an. Le maintien d'Altis sur le site de Corbeil-Essonnes passe nécessairement par la recherche et le développement. Mais les investissements de développement à réaliser, de l'ordre de 2 milliards d'euros, sont considérables pour une moyenne entreprise comme Altis.

Actuellement, Altis travaille surtout pour le compte des télécommunications, d'Internet et des réseaux, ainsi que pour la sécurité.

Sur l'effectif total, 25 % des salariés sont des ingénieurs, 25 % des techniciens de niveau Bac+2 et 50 % des opérateurs de niveau Bac.

II. Les challenges de l'industrie

Les systèmes électroniques représentent un marché d'environ 1 000 milliards d'euros par an, et bénéficient d'une croissance de l'ordre de 5 % l'an. Le marché des semiconducteurs représentait 220 milliards d'euros en 2005, il devrait peser environ 240 milliards d'euros en 2006. Les trois premières entreprises mondiales de ce secteur sont Intel (35 milliards d'euros), Samsung (17 milliards d'euros) et Texas Instruments (11 milliards d'euros).

Au cours de la dernière décennie, la demande des semiconducteurs a triplé, passant de 10 à 30 milliards d'unités, alors que le prix unitaire moyen est passé de 3 à 1,5 dollars. Il s'agit donc d'un marché stratégique, caractérisé par une croissance exponentielle des investissements, une érosion des prix, et qui nécessite une capacité d'adaptation permanente. Aujourd'hui, plus de la moitié du marché se situe en Asie, ce qui représente à la fois une opportunité et une menace pour l'industrie française des semiconducteurs.

Au sein d'Altis, nous sommes convaincus qu'il est désormais impossible de travailler seuls. Il faut donc développer des partenariats et faire travailler ensemble le monde universitaire et de la recherche et les pouvoirs publics. Il est également nécessaire de s'inspirer des politiques asiatiques qui investissent massivement dans la R&D dans une perspective de long terme.

III. Les réponses stratégiques d'Altis

La qualité : la qualité du produit est un point clé dans toute stratégie industrielle.

Les technologies : si la société n'est pas suffisamment importante pour investir massivement dans la R&D, en revanche, elle dispose de savoir-faire qui lui permet d'optimiser l'utilisation des technologies.

Les coûts : pour optimiser les coûts, il est avant tout nécessaire d'optimiser les capacités de production. Entre 2003 et 2005, le nombre de composants d'un semiconducteur a été divisé par deux, le nombre d'applications a triplé et les coûts ont été divisés par trois !

Les marchés : les entreprises de semiconducteurs doivent cibler des niches de développement et non nécessairement produire et vendre des volumes importants.

Les partenariats : Altis a l'ambition de nouer une coopération étroite entre la R&D et l'industrie. Un centre de R&D a été installé sur Essonne Nanopole, grâce au concours des collectivités locales (167 millions d'euros sur trois ans). Il est également essentiel de développer des partenariats industriels à long terme. Le campus Essonne Nanopole permet aux sociétés industrielles de bénéficier d'accès directs à de nombreuses expertises et compétences, à coûts réduits. Altis souhaite également développer des synergies avec d'autres pôles et d'autres acteurs en Ile-de-France.

Altis entend être le premier à fournir des solutions différenciatrices à ses clients, étant entendu que les semiconducteurs joueront un rôle majeur dans l'industrie des vingt prochaines années. Cette stratégie nécessite de fournir de la valeur ajoutée à travers l'innovation dans la technologie et le *business model*, la collaboration entre réseaux, et l'extension des partenariats, étant entendu que les gouvernements ont un rôle majeur à jouer, tant dans l'élaboration d'une stratégie industrielle que dans le domaine du financement.

Geneviève LECAMP : les partenariats entre concurrents industriels sont-ils entrés dans les mœurs ?

JL : concernant l'industrie des semiconducteurs, la R&D à un horizon de 5 ans s'inscrit dans des programmes européens (PCRD) auxquels participe l'ensemble des acteurs du secteur. Actuellement, les partenariats se développent dans les pôles de compétitivité.

Q : quelle est la valeur ajoutée de la labellisation pôle de compétitivité ?

JL : à mon sens, l'intérêt des pôles est d'avoir donné un nouvel élan aux partenariats. Ces partenariats devront éviter l'écueil d'une confrontation directe pour l'obtention des subventions. Mais le développement régional ne repose pas uniquement sur les grands groupes.

Etienne LENGEREAU : dans les dix prochaines années, l'Europe et la France auront-elles encore un rôle à jouer dans les nanotechnologies ?

JL : nous pensons que les investissements atteignent un montant tel que les interrogations sur les risques seront de plus en plus nombreuses. Les investisseurs pourraient exiger une rentabilité plus immédiate que des projets coûteux et rentables dans dix ans.